



Universidad del Salvador
Facultad de Ciencias de la Educación y de la
Comunicación Social

Licenciatura en Relaciones Públicas

Tesis Monográfica

“El Coaching Ontológico como herramienta para enriquecer las Relaciones Públicas”



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Alumno: Romina Hortigüela

Tutor: Prof. Bustos Suárez Lautaro

Asignatura: Presentación de tesina

Lugar y fecha: 28 de Abril de 2016, CABA, Buenos Aires.

Dirección de mail: romi.hortiguela@hotmail.com

Índice

Introducción.....	3
Capítulo 1 Comunicación Tradicional.....	6
Teorías de la Comunicación Tradicional.....	6
Modelos de Persuasión.....	11
Procesos de la comunicación.....	12
Efectividad del mensaje.....	14
Capítulo 2 ¿Qué son las Relaciones Públicas?.....	17
Breve Historia de las Relaciones Públicas.....	17
En busca de una definición.....	25
Perfil y alcances del relacionista público.....	29
Amplitud de la disciplina.....	34
Públicos de una organización.....	35
Teoría Situacional de los Públicos.....	36
Teoría de los Stakeholders.....	37
Capítulo 3 Comunicación Interna y Liderazgo.....	41
Comunicación Interna.....	41
Medición de la Comunicación Interna.....	49
Liderazgo.....	50
Capítulo 4 Comunicación Efectiva.....	54
Lenguaje.....	54
Comunicación Interpersonal.....	57
Actos Lingüísticos.....	61

“Escuchar” en la conversación humana.....	65
Capítulo 5 Coaching Ontológico.....	70
Lenguaje, cuerpo y emocionalidad.....	72
Conversación Constructiva.....	74
Intervención del Coaching Ontológico.....	77
Modelo OSAR.....	79
Coaching y Relaciones Públicas.....	81
Campo de acción.....	83
Conclusión.....	86
Bibliografía.....	89
Anexo.....	91



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Introducción

Antes de comenzar a leer el trabajo de investigación que se presenta a continuación propongo pensar en algunas preguntas: ¿Desde cuándo la comunicación comenzó a ser estudiada? ¿Quiénes comenzaron con las primeras teorías? ¿En qué momento se empezó a hablar de las Relaciones Públicas? ¿Cómo fue el progreso de ésta práctica?. Estas preguntas son claves para presentar la expansión del paradigma de comunicación que se propone en el trabajo.

La sociedad y cada uno como ser humano, enfrenta constantes cambios, desde hechos históricos como revoluciones y acontecimientos bélicos, hasta cambios tecnológicos que modifican el comportamiento y pensamiento de comunidades enteras.

A lo largo de la historia, por ejemplo, desde la Antigua Grecia hasta la actualidad, los modelos de comunicación se fueron transformando y adaptando a las sociedades. Muchas escuelas dedicaron horas a la investigación de la comunicación, y a proponer teorías acorde a los procesos identificados.

Contar con teorías provocaba que los medios de comunicación también se adapten a ellas, ya que debían lograr su objetivo máximo: comunicar a las masas. Así también ocurrió con las empresas y organizaciones, necesitaban informar a sus públicos sobre distintos aspectos. A medida que le iban dando un espacio cada vez más importante a la comunicación, comienzan a aparecer prácticas y técnicas asociadas a las Relaciones Públicas. Nada sucedió de un día para el otro, sino que fue una evolución constante, hasta llegar al día de hoy.

Lo que se trata de demostrar en el trabajo, es que existe un quiebre del paradigma tradicional de la comunicación y las prácticas asociadas al mismo. Se abre espacio para otro tipo de comunicación que podría enriquecer las actividades de las Relaciones Públicas.

Según David Berlo, en su libro “El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica” las personas emplean más o menos el 70% de sus horas de actividad comunicándose verbalmente, en el orden siguiente: escuchando,

hablando, leyendo y escribiendo. Es decir, que cada uno de nosotros emplea alrededor de 10 u 11 horas diarias comunicándose verbalmente.

El lenguaje es tan solo uno de los códigos que utilizamos para expresar nuestras ideas. Existe una comunicación relacionada con gestos no verbales: expresiones faciales, movimientos de las manos y de los brazos. Todo aquello a lo que la gente logra darle un significado puede ser utilizado, y lo es, por la comunicación.¹ Esto hace referencia el axioma que Paul Watzlawick plantea “Es imposible no comunicarnos”, donde entendemos que además de la comunicación verbal, existe el comportamiento no verbal, que proporciona información a nuestro receptor. Sin embargo, la propuesta de este trabajo va un poco más allá de lo no verbal.

Así como la sociedad ha avanzado, la manera de comunicarnos también. Dejamos de pensar sólo en el modelo básico de comunicar: Emisor – Mensaje – Receptor, que se originó en la Teoría Matemática de Shannon y Weaver (1948) y se da lugar a nuevos autores que investigan otro tipo de comunicación que amplía nuestras posibilidades de lograr una comunicación efectiva.

Entonces este trabajo de investigación, se centra en la propuesta que trae Rafael Echeverría de Coaching Ontológico, entendiendo éste como una práctica para alcanzar la comunicación efectiva.

En esta nueva propuesta comunicacional, se involucran nuestros modelos mentales, los estados de ánimo, y sobre todo los actos lingüísticos. La misma requiere de un aprendizaje que abarque los tres dominios: lenguaje, corporalidad y emociones.

Si bien más adelante se expondrán los puntos claves del coaching, es necesario entender que el mismo consta de un proceso de aprendizaje, en el que la persona se observa a sí misma, a sus acciones y a sus resultados, con el objetivo final de lograr un aprendizaje transformacional.

Con esta técnica se ve la oportunidad de enriquecer a las Relaciones Públicas, entendiendo estas como las responsables de la comunicación que atraviesa a las organizaciones y a sus públicos.

En resumen, a lo largo de esta investigación se puede entender cómo es que fueron sucediendo los cambios en la actividad de las Relaciones Públicas, y cómo podría

¹ BERLO, David, *El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica*. Ed. El Ateneo, Buenos Aires, 1984

aplicarse esta herramienta a la que Rafael Echeverría denomina “Coaching Ontológico”.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Capítulo 1

Comunicación Tradicional

Teorías de la Comunicación Tradicional

Situándonos en la época de Aristóteles se sostenía que la comunicación tenía como meta principal la persuasión, es decir, el intento que hace el orador de llevar a los demás a tener su mismo punto de vista.

A lo largo del tiempo se fueron desarrollando teorías que reafirmaban esta premisa y otras que la refutaban.

Las teorías que surgen no presentan un orden cronológico sino que se van dando por el contexto social, histórico, económico o el tipo de teoría social implícita o explícitamente declarado respecto a los medios, como así también por el modelo del proceso comunicativo que se presenta en distintas épocas. Esto implica que hubo teorías coexistentes.

Para comenzar, tenemos la **Teoría Hipodérmica**, ésta se presenta en el período de guerras mundiales, junto con la difusión a gran escala de las comunicaciones de masas. La premisa principal es que este modelo ataca a cada miembro del público de masas a través del mensaje. Este modelo está dado en un contexto donde existe una teoría de sociedad de masas, y en el que la faceta comunicativa está dada por la teoría psicológica de la acción.

Mauro Wolf en su libro "La investigación de la comunicación de masas" respecto a esta teoría, sostiene que en el análisis de la sociedad de masas, algunos rasgos comunes caracterizan a la estructura de las masas y su comportamiento: las masas están constituidas por una agregación homogénea de individuos que en cuanto a miembros, son sustancialmente iguales, no diferenciables, aunque procedan de ambientes distintos, heterogéneos, y de todos los grupos sociales.²

Durante este período, se enfatiza el hecho de que los individuos permanecen anónimos, aislados, separados. Al poseer estas características, esta teoría destaca

² WOLF, Mauro, *La investigación de la comunicación de masas: Críticas y perspectivas*, Buenos Aires, Ed. Paidós, pág 23

la capacidad manipuladora de los medios de comunicación de masas en una sociedad en la que la audiencia posee una naturaleza indefensa y pasiva.

El modelo de comunicación que rige en esta teoría está dado por la psicología conductista, donde el objetivo es estudiar al ser humano a través del método de experimentación y observación de las ciencias naturales y biológicas. El elemento crucial a observar es el estímulo, el cual comprende que hay objetos y condiciones externas al sujeto que producen una respuesta. Es decir, estímulo/respuesta representan una unidad donde uno no existe sin el otro y definen todo comportamiento humano.

Los medios de persuasión de masas son un fenómeno nuevo para esta época, por lo que las personas no eran conscientes totalmente del efecto que en ellos producían. Es así que se sostenía que si una persona era alcanzada por la propaganda, podía ser controlada, manipulada, inducida a actuar.

En paralelo con esta teoría aparecen distintas investigaciones, entre ellas la de Harold y Laswell. En 1948 se propone el Modelo Laswell que supone: "una forma apropiada para describir un acto de comunicación es responder a las siguientes preguntas: ¿Quién dice qué, a través de qué canal, a quién y con qué efecto?"³ Esta fórmula corrobora el postulado de que la iniciativa sea exclusivamente del comunicador y de que los efectos sean exclusivamente sobre el público.

Según Laswell, el proceso de comunicación cumple tres funciones principales en la sociedad:

- La vigilancia del entorno, revelando todo lo que podría amenazar o afectar al sistema de valores de una comunidad o de las partes que la componen
- La puesta en relación de los componentes de la sociedad para producir una respuesta al entorno
- La transmisión de la herencia social

A su vez, en los años cuarenta aparecen nuevos modelos de comunicación. Tal como la **Teoría Matemática**, en la que predomina el Modelo de Comunicación de

³ WOLF Mauro, *La investigación de la comunicación de masas: Críticas y perspectivas*, Buenos Aires, Ed. Paidós, pág 30

Shannon⁴, está basada en las máquinas de comunicar generadas por la guerra, la noción de "información" adquiere una condición de símbolo calculable. Shannon propone un sistema general de comunicación lineal, en donde el problema de la comunicación consiste en reproducir en un punto dado, de forma exacta o aproximada, un mensaje seleccionado en otro punto. En este esquema la comunicación se constituye por elementos esenciales:

- La fuente de información, que produce un mensaje
- el codificador o emisor, que transforma el mensaje en signos a fin de hacerlo transmisible
- el canal, es el medio utilizado para transportar los signos
- el decodificador o receptor, que reconstruye el mensaje a través de los signos
- el destino, es la cosa o persona a la que está dirigido el mensaje

Sin embargo, el interés estaba puesto en el costo de transmitir un mensaje entre dos polos de un sistema, teniendo en cuenta la presencia de interrupciones aleatorias a las que denominaron ruido. Es decir, perturbaciones que impiden la comunicación completa en ambos puntos.

Este modelo del mensaje lineal con un punto de partida y un punto de llegada, está afectado por fenómenos aleatorios, y presenta un proceso entre un emisor que es libre de elegir el mensaje que envía y un destinatario que recibe esta información con sus obligaciones.

Esta teoría empieza a impregnar otras escuelas y corrientes de investigación muy distintas. Tal es el caso de la biología molecular, la teoría matemática le da un marco conceptual para dar cuenta del carácter único del individuo.

Por su parte, Melvin de Fleur complejiza el modelo de Shannon, resaltando la función de la "retroalimentación" en el sistema social. "Cada uno de los medios de comunicación es en sí mismo un sistema social independiente, pero todos están vinculados entre sí de forma sistémica" [De Fleur, 1966].

⁴ Cloud Elwood Shannon, matemático e ingeniero electrónico, se unió en 1941 a los laboratorios Bell, en lo que durante la guerra trabajó sobre criptografías. Con este trabajo sobre los códigos secretos expone hipótesis que reaparecen en su teoría matemática de la comunicación.

En paralelo, se comienza a hablar de la **Teoría de los Sistemas** por Ludwig von Bertalanffy, quien usa el término Función relacionándolo con los procesos vitales u orgánicos en la medida que contribuyen al mantenimiento del organismo.

"La ambición del sistemismo consiste en atender a la globalidad, a las interacciones entre los elementos más que a las causalidades, en comprender la complejidad de los sistemas como conjuntos dinámicos con relaciones múltiples y cambiantes."⁵ El ámbito político constituye uno de los primeros campos en el que se aplica el sistemismo teniendo en cuenta la problemática que posee con la comunicación de masas. Siendo que la política es un sistema con entradas y salidas, está abierto a interacciones constantes, e influencias del entorno, por lo que es necesario realizar esfuerzos para controlar esta información que regresa, y así dominar la tensión dentro de este sistema de conducta.

De esta manera, se perciben las virtudes del modelo, e investigadores de la comunicación de masas lo utilizan en la Guerra Fría, para manejar las preocupaciones tal como el equilibrio del poder, la seguridad colectiva y el gobierno mundial.

Por su parte, la **Teoría Funcionalista** de los medios de comunicación representa un visión general de los medios en su conjunto: es cierto que sus articulaciones internas establecen diferencias entre géneros y medios específicos, pero la observación más significativa es la que tiende a explicitar las funciones desarrolladas por el sistema de las comunicaciones de masas. El foco se pone en las funciones que desempeñan las comunicaciones de masas en una sociedad, se concentran en las consecuencias demostrables de la acción de los media en una sociedad o en subsistemas. El campo de interés está dado por la dinámica del sistema social y el papel desempeñado por los medios de comunicación, siendo que estos ya forman parte de la cotidianeidad. Se toma a los medios como instrumentos de la democracia moderna, siendo transmisores de la cultura.

En contraposición a estas investigaciones, surge la **Teoría Crítica**. Se reúnen un grupo de investigadores en la Escuela de Frankfurt, siendo una escuela de pensamiento crítico, van a reflexionar sobre las consecuencias del desarrollo de

⁵ MATTERLART, Armand y MATTERLART, Michel, *Historia de las teorías de la comunicación*, Ed. Paidós, Bs. As, 1997, pág. 44